

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak terbantahkan bahwa bisnis merupakan salah satu aktivitas kehidupan manusia dan bahkan telah merasuki semua sendi kehidupan masyarakat modern. Dengan fenomena ini mustahil orang terlepas dari pengaruh bisnis dan sebagai konsekuensinya, masyarakat adalah konsumen yang menjadi sasaran para produsen di mana-mana. Karena itu sangatlah logis jika dikatakan bahwa bisnis adalah bagian integral dari masyarakat dimana pun mereka berada dan akan mempengaruhi kehidupan mereka, baik secara positif maupun negatif.¹

Berdasarkan kenyataan diatas, dari perspektif etis, segala aktivitas bisnis dituntut untuk menawarkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, dalam arti, tidak menawarkan suatu yang merugikan hanya demi meraih keuntungan sepihak. Para pelaku bisnis bisa saja berasumsi bahwasannya bisnis merupakan aktivitas netral, dimana mereka terpanggil untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Mereka beranggapan bahwa aktivitasnya hanya untuk memenuhi permintaan masyarakat tanpa mempertimbangkan apakah barang atau jasa yang diproduksi dan dipasarkan merugikan, atau berpotensi merugikan konsumen. Sikap netral memang merupakan salah satu prinsip yang harus dipegangi oleh para pelaku bisnis. Mereka dibenarkan menawarkan barang yang dibutuhkan manusia asalkan tidak memaksa konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang dihasilkan.²

Pandangan tentang bisnis sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuan maksimalisasi laba dan tidak ada bisnis kecuali untuk keuntungan semata, tak pelak telah melahirkan suatu kesadaran dalam masyarakat, bahwa bisnis bersifat material dan dilakukan hanya untuk mencapai maksimalisasi keuntungan.

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Jakarta, 2012, hlm. 139.

²*Ibid*, hlm. 139

Dalam konteks perusahaan atau entitas, bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Karena itu bisnis seringkali menetapkan pilihan strategis daripada pendirian berdasarkan nilai, dimana pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Akibat dari kesadaran demikian maka, upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.³

Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi kedalaman logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugian-kerugian pada masyarakat. Dengan demikian pada konteks pertama, tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Tetapi menyelaraska di sini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan dan kedzhaliman dalam bisnis pada sisi lainnya. Kedua, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup (*survive*), mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang pada kesemuanya secara inhern terdapat nilai-nilai etika.⁴

³ Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 2004, hlm. 57.

⁴ *Ibid*, hlm. 58.

Untuk melakukan kedua tugas etika bisnis demikian, diperlukan suatu sikap keberanian dan konsistensi. Sikap keberanian yang sesungguhnya telah dimiliki oleh sifat dasar manusia yaitu kebebasan berkehendak dan pertanggungjawaban.⁵

Beberapa pelaku bisnis melakukan praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen. Kelemahan konsumen dimanfaatkan untuk memanipulasi perilaku konsumen sehingga konsumen tidak sadar telah dikelabui oleh praktik-praktik bisnis yang curang.

Walaupun kebutuhan dan keinginan setiap konsumen adalah berbeda, tetapi semua konsumen melakukan hal yang sama yaitu konsumsi barang dan jasa. Kesamaan kegiatan yang dilakukan ini membawa implikasi bahwa semua konsumen memiliki kepentingan yang sama. Setiap konsumen mendambakan memperoleh hak-haknya dengan layak. Setiap konsumen menginginkan suatu pasar yang diatur dengan prinsip-prinsip, peraturan dan serta suatu itikad baik dari semua unsur yang terlibat didalamnya baik produsen, pemerintah maupun konsumen itu sendiri.

Konsumen memerlukan suatu pasar dimana dia bisa membedakan yang baik dan yang buruk. Seringkali terjadi ketegangan antara konsumen dengan produsen karena mereka memiliki kepentingan yang berbeda. Konsumen menginginkan dapat memperoleh barang dan jasa dengan sebaik-baiknya, sementara produsen menginginkan memperoleh untung yang sebanyak-banyaknya agar ia tetap bertahan dalam usahanya. perbedaan kepentingan tersebut seringkali menjadi sumber ketegangan antara produsen dan konsumen.

Salah satu sumber ketegangan ini adalah makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pokok konsumen. Bagi sebagian besar konsumen di Indonesia, mereka mencurahkan uang dan waktunya yang cukup besar untuk melakukan transaksi dan konsumsi makanan dan minuman. Karena itu tidaklah

⁵ *Ibid*, hlm. 59.

mengherankan bahwa makanan dan minuman mempunyai arti yang sangat penting dalam perspektif konsumen.⁶

Pada masa yang akan datang, dengan semakin tumbuhnya industri makanan dan bervariasinya produk-produk makanan, masalah mutu makanan akan semakin kompleks. Persaingan antarindustri makanan dengan menggunakan iklan-iklannya yang lebih menekan merek dagang berupaya untuk membujuk bahkan cenderung untuk menipu konsumen akan memperparah keadaan. Tanpa adanya peraturan yang ketat dan pelaksanaan peraturan tersebut dengan baik di bidang makanan dan periklanan, akan menyebabkan kerugian yang serius bagi konsumen. Industri makanan akan lebih senang menghabiskan sebagian besar dananya untuk iklan dalam rangka menghadapi saingan daripada memperhatikan mutu dan keamanan makanan bagi konsumen. Ini akan menyebabkan konsumen harus menanggung harga-harga yang lebih tinggi atau bingung menghadapi pilihan yang semakin banyak.

Sudah bukan rahasia lagi bagi kalangan produsen maupun para ahli teknologi makanan bahwa masih banyak beredar produk-produk makanan yang menggunakan zat pewarna yang berbahaya seperti zat pewarna tekstil. Banyak produsen makanan terutama industri rumah tangga yang senang menggunakan zat pewarna ini karena pertimbangan ekonomis. Berkembangnya industri tekstil di Indonesia menyebabkan harga zat pewarna tekstil itu menjadi murah dan disalahgunakan pemanfaatannya oleh kalangan produsen makanan.⁷

Pada dasawarsa yang akan datang, industri makanan akan semakin kompleks. Penemuan zat-zat kimia untuk kebutuhan industri makanan akan semakin beragam. Bagaimanakah pengaruh zat-zat kimia bagi kualitas makanan dan kesehatan konsumen merupakan pertanyaan yang sangat penting. Karena itu pemerintah harus mengevaluasi kembali peraturan-peraturannya dibidang makanan saat ini, agar diketahui mana yang tidak berlaku kembali, mana yang kurang dan mana yang tidak berjalan. Pemerintah perlu menyusun kembali

⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003, hlm. 331-333.

⁷ *Ibid*, hlm. 339.

peraturan-peraturannya untuk kebutuhan mendatang sebagai salah satu cara yang baik untuk melindungi konsumen dan memajukan industri makanan.

Perlindungan terhadap konsumen bukan datang hanya dari pemerintah, tetapi juga harus datang dari pihak legislatif sebagai lembaga tertinggi yang mempunyai wewenang membuat undang-undang. Untuk kepentingan masa yang akan datang sudah saatnya lembaga legislatif memikirkan untuk membuat undang-undang bahan makanan, yang mengatur pemakaian, produksi, penjualan bahan dan penyalahgunaannya. Dengan adanya undang-undang ini, aturan permainan ini akan semakin jelas dan mempunyai dasar hukum yang kuat. Dengan adanya undang-undang ini, industri makanan mempunyai tanggung jawab moral untuk mentaatinya. Demikian pula, pihak yang berwenang mempunyai dasar hukum yang jelas untuk memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya.⁸

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah Al- Qur'an dan Sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu. Islam sering kali dijadikan sebagai model tatanan kehidupan. Hal ini tentunya dapat dipakai untuk pengembangan lebih lanjut atas suatu tatanan kehidupan tersebut, termasuk tatanan kehidupan bisnis seperti rancang bangun bisnis, bagaimana struktur bisnis Islami, dan problematika bisnis dan etika.

Desa Bageng merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Gembong kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah, akhir-akhir ini industry yang bergerak di bidang industry kecil menengah bahkan industry non formal terus mengalami pertumbuhan dalam jumlahnya. Dampak positif yang jelas terlihat dari fenomena ini adalah berkurangnya pengangguran di usia produktif karena industry yang ada mampu terus menyerap tenaga kerja.

Pertumbuhan UMKM Kabupaten Pati dapat di lihat pada data-data berikut: Dari data capaian indikator sasaran strategis terhadap target akhir

⁸ *Ibid*, hlm. 344.

RPJMD kabupaten Pati dapat dilihat bahwa presentase usaha mikro dan kecil terhadap jumlah UKM mengalami peningkatan setiap tahunnya, realisasi selalu melampaui target yang telah direncanakan, dari tahun 2013 target 10 realisasi 30, tahun 2014 target 15 realisasi 41 target 20 realisasi 44 capaian 220 target akhir 50 capaian sampai dengan 2015 terhadap tahun 2017 mencapai 88%

Potensi pengembangan usaha kecil di Kabupaten Pati sangat besar, dari data potensi dapat dilihat macam-macam usaha yang dapat digarap dalam skala usaha kecil merata di seluruh kecamatan termasuk kecamatan gembong, setiap tahun realisasi capaian indikator selalu melebihi target, sampai tahun ke-3 target akhir RPJMD 2017 telah terlampaui.

Gambaran tentang perkembangan usaha mikro dan unit usaha kecil di Kabupaten Pati: pertumbuhan usaha mikro pada tahun 2013 adalah 21.493 pada tahun 2014 adalah 22.717 dengan presentase pertumbuhan usaha mikro 5,69. Pada tahun 2015 adalah 23.111 dengan presentase pertumbuhan usaha mikro 1,73.

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Pati. Desa bageng adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Gembong Kabupaten Pati yang mengalami peningkatan usaha kecil mikro menengah di bidang industri makanan ringan, sampai dengan tahun ini terdapat sekitar 11 produsen di desa Bageng yang memproduksi makana ringan, ini dikarenakan kreatifitas tinggi untuk mengolah hasil pertanian seperti ketela dan talas untuk menjadi makanan ringan yang akan mendapatkan nilai tambah, selain itu juga keahlian masyarakat desa Bageng untuk mengolah berbagai makanan ringan kini sudah semakin berkembang, namun perkembangan industri rumahan ini belum di barengi dengan tanggung jawab produsen dalam memproduksi makanan ringan tersebut.

Makanan ringan atau camilan merupakan makanan yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang untu sementara waktu, Makanan yang dimaksud diantaranya adalah kerupuk rambak. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan rambak antara lain adalah tepung terigu, tepung kanji, bleng, garam, bawang putih, penyedap rasa. Dalam bahan-bahan yang telah disebutkan terdapat salah satu bahan yang berbahaya yaitu bleng (perekat). Bleng adalah

campuran garam mineral/fosfat, berbentuk kristal, dan berwarna kekuning-kuningan serta merupakan bentuk tidak murni dari boraks. Dampak mengkonsumsi bleng tidak dirasakan secara langsung namun jika sering mengkonsumsi akan terjadi penumpukan dalam tubuh dan dapat menimbulkan penyakit. Dalam penggunaan bleng yang banyak dapat menyebabkan demam, anuriya, (tidak terbentuknya urin), koma, merangsang sistem saraf pusat, menimbulkan depresi, apatis, tekanan darah turun, kerusakan ginjal, pingsan hingga kematian.

Selain memproduksi krupuk rambak penduduk Desa Bageng juga memproduksi makanan ringan berupa aneka keripik balado, kripi balado terbuat dari ubi kayu dan juga talas melalui proses penggorengan kemudian dioleskan perasa balado bubuk pada permukaannya untuk memberikan rasa pedas dan warna merah. Bubuk perasa balado yang digunakan mengandung salah satu zat tambahan yaitu MSG, zat ini dapat berbahaya jika dikonsumsi dalam jangka panjang dan berlebih seperti, memicu timbulnya gejala kulit kemerahan, tekanan pada wajah, peradangan tenggorokan, mati rasa dan sakit kepala.

Dalam pengemasan produknya para produsen di Desa Bageng mengemasnya dengan sederhana dan hanya mencantumkan nama pemilik produk dan nomor teleponnya saja. Sedangkan di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah dijelaskan dengan jelas bahwa produk yang dihasilkan oleh produsen harus mencantumkan komposisi dan label halal dalam produk tersebut.

Maka dari itu, dengan uraian diatas penyusun ingin membahasnya dengan tema Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Tanggung Jawab Produsen Makanan Ringan Kepada Konsumen di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

B. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Supaya kita dapat melakukan dalam sebuah penelitian ini untuk bisa mengetahui permasalahan dan menghasilkan hasil yang maksimal. Dalam penelitian ini berfokus pada tanggung jawab produsen makanan ringan kepada konsumen serta

bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap tanggungjawab produsen makanan ringan tersebut.

Adapun tempat penulis mengambil data penelitian adalah pada produsen makanan ringan di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang terjadi dan menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana tanggung jawab produsen makanan ringan kepada konsumen di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati?
2. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap tanggungjawab produsen makanan ringan kepada konsumen di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggungjawab produsen terkait makanan ringan yang diproduksi di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.
2. Untuk mengetahui pandangan etika bisnis Islam terhadap tanggungjawab produsen makanan ringan kepada konsumen di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam segi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi Islam khususnya tentang tanggung jawab produsen makanan ringan dalam etika bisnis Islami dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang bermanfaat bagi pembaca sebagai salah satu

sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama atau terkait dimasa yang akan datang.

2. Dalam segi Praktis

Adapun manfaat secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi bagi para produsen makanan ringan, agar dapat dijadikan informasi dan bahan pertimbangan bagi berlangsungnya produksi tersebut yang bersangkutan dalam pengembangan dan memajukan usaha yang dijalankannya.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Relevan dengan judul skripsi, maka penulis akan membahas permasalahan yang utama dari Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati yaitu Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Tanggung Jawab Produsen Kepada Konsumen. Untuk mempermudah dan mendapatkan gambaran umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulis akan menguraikan sistematika pembahasan yang terdiri dari 3 (tiga) bagian dan masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, abstraksi, halaman daftar isi, halaman daftar table dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini berisikan informasi tentang latar belakang yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Tanggung Jawab Produsen Makanan Ringan yang ada di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. Fokus dan perumusan masalah dimaksudkan agar masalah dalam penelitian skripsi ini tidak meluas. Tujuan dan manfaat penelitian bertujuan untuk memberikan tujuan dan manfaat dari penulisan skripsi yang akan dibahas, serta sistematika

penulisan bertujuan untuk mempermudah dan mendapatkan gambaran umum mengenai isi dari skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti yaitu mengenai etika bisnis Islam terhadap tanggung jawab produsen makanan. Diantaranya yang akan dibahas adalah: pengertian etika, bisnis, etika bisnis, prinsip-prinsip etika bisnis, etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, nilai-nilai dasar etika bisnis Islam, produsen, hubungan produsen dan konsumen, produksi, tujuan produksi dalam Islam, konsumen serta hak dan kewajiban konsumen. Dalam kajian pustaka juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sekiranya relevan dengan judul skripsi dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penulisan skripsi.

Bab III : Metode Penelitian

Di dalam bab ini diuraikan antara lain: jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji keabsahan data dan analisis data.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai etika bisnis Islam terhadap tanggung jawab produsen makanan ringan kepada konsumen. Disamping itu, penulis akan menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara serta hasil pengamatan dan akan melakukan pembahasan mengenai tanggung jawab produsen makanan ringan kepada konsumen serta bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap tanggung jawab produsen makanan ringan kepada konsumen di Desa Bageng Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

Bab V : Penutup

Di dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang berupa hasil dari analisis dan pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan pada lembaga yang berkaitan dengan objek dan tujuan penelitian serta keterbatasan penulis atas penelitian yang telah dilakukan.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, instrumen wawancara, transkrip wawancara, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran.

